

MBA

21 世纪工商精英最佳读物

工商

B U S I N E S S

管理

M A N A G E M E N T

百科全书

ENCYCLOPEDIA

[美] 罗莱恩·斯普格 / 主编 (Lorraine Spurge)

- 工商经济大事记
- 世界 15 个领先行业发展简史
- 工商界领袖人物群像
- “美国梦” 追寻者剪影

海南出版社

工商

B U S I N E S S

管理

M A N A G E M E N T

百科全书

E N C Y C L O P E D I A

作者：〔美〕罗莱恩·斯普格等 (Lorraine Spurge)

译者：陈季东 祝友三 陈永健 范道丰 沙明芳

张映辉 李燕燕 张国庆

海南出版社

Knowledge Exchange Bussiness Encyclo pedia

by Lorraine Spurge

Copyright © 1995 by Lorraine Spurge

中文简体字版权 © 2001 海南出版社

本书由 Warner books,Inc.授权出版

版权所有 不得翻印

版权合同登记号: 图字: 30-1998-58 号

图书在版编目 (CIP) 数据

工商管理百科全书 / [美] 斯普格 (Spurge,L.) 著;

陈季东 等译. - 海口: 海南出版社, 2001.8

书名原文: Knowledge Exchange Bussiness Encyclopedia

ISBN 7-5443-0174-5

I 工... II.①斯... ②陈... III. 工商管理 - 词典

IV.F203.9-61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001)第 056697 号

工商管理百科全书

作者: [美] 斯普格 (Spurge,L.)

译者: 陈季东 祝友三 陈永健 等

责任编辑: 刘德军

特约编辑: 钟庆安

海南出版社 出版发行

地址: 海口市金盘开发区建设三横路 2 号

邮编: 570216

电话: 0898-66812776

E-mail:hnbk@263.net

经销: 全国新华书店经销

印刷: 北京忠信诚印刷厂

出版日期: 2001 年 11 月第 1 版 2001 年 11 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 毫米 1/16

印张: 50.75

字数: 850 千字

印数: 3000 册

书号: ISBN 7-5443-0174-5/F · 26

定价: 100.00 元

201/06

《工商管理百科全书》编辑委员会

总编辑

洛雷因·斯珀吉 (Lorraine Spurge) 知识交流出版社创办人，总裁兼首席执行官。曾任德雷克塞尔·伯纳姆·兰伯特公司新发行集团公司资深副总裁与经理。

编辑委员会主席

肯宁·M·斯比瓦克 (Kenin M. Spivak) 知识交流出版社董事长。也是阿乔恩通讯公司创建人之一、总裁、副首席执行官，约翰·保罗·米切尔公司副董事长。

总顾问

理查德·G·哈默梅什 (Richard G. Hamermesh) 哲学博士，多年任教于院校与企业主管人教育计划。1976~1988年在哈佛工商管理学院任教。1986年为设在马萨诸塞州剑桥的企业主管人培训中心的创办人之一，任主管合伙人。

会计学

约翰·W·巴克利 (John W. Buckley) 哲学博士，洛杉矶加利福尼亚大学安德森管理研究生院副院长，全部就业 MBA 系主任，著名会计学教授。

工商业史

罗伯特·索贝尔 (Robert Sobel) 哲学博士，霍夫斯特拉大学工商企业史著名教授。

经济学

维克托·塔布什 (Victor Tabbush) 哲学博士，洛杉矶加利福尼亚大学安德森管理研究生院工商业经济学副教授。

财务与金融

彼得·D·林内曼 (Peter D. Linneman) 哲学博士，宾夕法尼亚大学沃顿工商学院不动产、金融、公共政策教授。

管理

杰拉尔德·C·迈耶斯 (Gerald C. Meyers) 哲学博士，卡内基·梅隆大学工业管理研究生院工商经济著名教授，安阿伯密歇根大学工商管理研究生院组织行为学客座教授。

市场营销

尼古拉斯·英帕拉托 (Nicholas Imparato) 哲学博士，圣弗朗西斯科大学麦克拉伦工

商业学院市场营销与管理教授。

查尔斯·雅各宾纳 (Charles Jacobina) 哲学博士，乔治·华盛顿大学 MBA 课程速成班主任，并于工商业与公共管理学院市场营销系任教。

战略

尤戴·S·卡马卡 (Uday S. Karmarkar) 哲学博士，洛杉矶加利福尼亚大学约翰·E·安德森管理学研究生院管理战略与政策教授，生产营运与技术管理中心主任。

技术

詹姆斯·C·韦瑟比 (James C. Wetherbe) 哲学博士，孟菲斯大学卓越学教授，周期时间研究中心主任；明尼苏达大学管理信息系统研究中心主任。

专业咨询顾问 – 编辑

行业史

杰克·格拉布曼 (Jack Grubman) 所罗门兄弟公司总经理, 10 次被《机构投资者》杂志列名于全美杰出调研人员排行榜, 1995 年与 1996 年在电信行业中列第二名。

罗伯特·A·哈格曼 (Robert A. Hageman) 奥本海姆公司总经理。共 40 次被《机构投资者》杂志列名于全美杰出调研人员排行榜, 1994 年与 1995 年在非铁金属行业中列第一名, 1996 年列第二名。

约翰·V·柯南 (John V. Kirnan) 博士 所罗门兄弟公司总经理。最近 10 年 (1986 ~ 1995 年) 被《机构投资者》杂志列名于全美杰出调研人员排行榜, 1995 年在汽车工业中列第三名。

希里·麦克马洪 (Sheri McMahon) 所罗门兄弟公司电信组成员。

冈纳·T·米勒 (Gunnar T. Miller) 培因·韦伯公司第一副总裁。1993 年以来从事半导体资本设备与电子行业事务, 1996 年被《机构投资者》杂志列名第一位。

雷蒙德·E·尼德尔 (Raymond E. Neidl) 弗曼·赛尔兹公司总经理, 负责航空/运输以及游乐场旅馆行业事务的总分析师。

詹尼弗·所罗门 (Jennifer Solomon) 所罗门兄弟公司副总裁, 负责饮料行业事务的高级分析师。

托马斯·A·索恩希尔 (Thomas A. Thornhill) 蒙哥马利证券公司总经理, 从 1986 年以来每年都被《机构投资者》杂志列名于全美杰出调研人员排行榜, 1994 年与 1995 年在半导体工业中列第二名。

哈罗德·L·沃格尔 (Harold L. Vogel) 考恩公司总经理, 共 23 次被《机构投资者》杂志列名于全美杰出调研人员排行榜, 在娱乐行业 10 次列第一名。

迈克尔·S·沃姆斯 (Michael S. Worms) CS 第一波士顿公司副总裁, 从事电气用具行业事务 18 年。

审阅者

迪安·贝英 (Dean Baim) 哲学博士, 佩珀代因大学经济学与金融学副教授。

戈唐·克莱因 (Gordon Klein) 哲学博士, 洛杉矶加利福尼亚大学约翰·E·安德森管理学研究生院讲师。

理查德·L·桑多 (Richard L. Sandor) 哲学博士, 森塔金融产品公司董事长兼首席执行官。

格伦·雅戈 (Glenn Yago) 哲学博士, 米尔肯研究所基础研究部主任。

中文版译者

(按所译字数排列)

陈季东 中国社会科学出版社特约编审。翻译本书会计、财务、金融、市场营销类词条,以及工商经济大事年表,并校订全部译稿。

祝友三 国家科委中国科技信息研究所译审。翻译本书经济学、管理、生产、技术类词条,以及《15个领先行业简史》中的2篇。

陈永健 光大银行支行行长助理。翻译本书《工商界领袖人物群像》以及《“美国梦”追求者剪影》共59篇。

范道丰 中国社会科学出版社副编审。翻译本书战略类词条。

沙明芳 北京广告公司部门负责人。合译本书市场营销、会计、财务、金融类词条。

张映辉 国家科委中国科技信息研究所副编审。翻译本书《15个领先行业简史》中的5篇。

李燕燕 国家科委中国科技信息研究所副编审,《国外科技动态》杂志主编。翻译本书《15个领先行业简史》中的5篇。

张国庆 北京内燃机集团总公司技术中心科技管理处档案室主管。翻译本书《15个领先行业简史》中的3篇。

译者的话

这可以说是一部微型的百科全书。正因为篇幅小，不仅可供查阅，更可作为基础知识读物来阅读。这倒成为它的一个长处。

进一步说，这一长处在于帮助读者迅速拓宽知识面。现代经济是一个有机的整体，无论从事微观经济工作还是从事宏观经济工作，把自己局限在一个专门化的狭窄知识圈子里是不可以的。要想有所作为，需要对社会经济有尽可能多的了解。本书编写的一个目的，正在于帮助读者着手解决这个专与博相互结合、相互促进的问题。本书编者甚至期望攻读 MBA 的学生在攻读学位课程以前，花两个星期时间把这部百科全书从头到尾阅读一遍（见原书序言）。

本书的另一价值在于它不是纯理论著作，或者说，在于它不局限于教科书上的那些书本知识。它是一部将基础知识与社会经济各行各业、各类型企业、各种人物的实践、经验、观感、心得等等揉杂在一起的读物。既有阐释名词术语时所举的现实事例，也有十几个领先行业的发展史、工商界领袖人物的写真，还有 5000 年工商经济发展大事年表等等。读完本书之后，头脑中自然会清晰地浮现出一幅发达资本主义国家成熟的市场经济的生动图景。这对于尚处在市场经济初期的我国的读者来说，自然也是难得的感性知识。

本书虽是提供专门知识的书，但读来不感枯燥，有时甚至趣味盎然。这可能是得益于它设有众多的小栏目，如“提示”、“迷津”、“消息”、“实况”、“事例”、“参考之窗”、“名言摘引”等等。但本书的主要价值不在于引起兴趣方面，而在于它往往能提供准确、明晰的概念。举例来说，什么是“公司文化”？这是难于用三言两语说清楚的一个概念，而本书的“公司文化”词条中只几句话就说到点子上：

公司文化是“一家公司的基本作风或品格——公司员工如何协同工作。墙上的标语和使命说明书不能形成公司文化。公司文化是由职工认识到公司内何者宜做和何者不宜做，经长期精心塑造而形成的”。

这样的解释可以说是“一语中的”，胜过千言万语。本书的词条虽然写得简明，但全书所涵盖的知识面相当广泛。试举一例。发达的市场经济，其市场营销手法可说是形形色色，花样翻新，但到底有哪些，往往说不清楚；在教科书上也查不出太多的种类来，一般六七种，不超过 10 种，而本书竟列出将近 20 种之多。由于书中没有对此进行归纳，这里不妨列出：

- 产品差别化的市场营销方式
- 产品无差别的市场营销方式
- 产品顾客化的市场营销方式
- 产品大规模化的市场营销方式

- 一对一的市场营销方式
- 引导式市场营销方式,这里又分为:
 - 目录销售
 - 电话销售
 - 电视销售
 - 电子信息销售
 - 直接邮寄等
- 试销引路的市场营销方式
- 壁龛式市场营销方式(对准微隙市场的市场营销方式,对准实际顾客的市场营销方式)
- 全球市场营销方式
- 多层次市场营销方式(金字塔型市场营销方式)
- 以社会公益目标为主题的市场营销方式
- 以社会问题为主题的市场营销方式
- 利用社会性活动的市场营销方式
- 以绿色商品为主题的市场营销方式
- 依靠关系的市场营销方式

在市场经济中,营销方式的变化可能是无止境的,但有合法与非法、正当与欺诈性之分。前些时候在我国闹得沸沸扬扬的所谓“传销”,书中归类于“多层次市场营销方式”中的非法一类,并表述了非法与合法之间的明显区别。

为学习者着想,全书条目名称采取英汉对照方式,文中许多有关名词术语也多附以原文。这样,读者可从本书掌握许多基本的英文经济词汇,可谓一举两得。

上面简单说了一下本书的特点。作为本书的译者,主要任务自然是要准确、清楚、通顺地表达原意。各个条目从翻译上说,主要可分为两大部分,一为条目名称,一般说就是名词术语,另一部分是词条说明。谈到准确翻译,对于某些名词术语来说,确实是难以做得好的。原因是术语用词简洁,如果术语的内容较为复杂,往往难以用一两个词准确概括其中心内容与精神实质。有的原文术语本身就存在不能准确表达要义的缺陷,如果单纯地按字面翻译过来,自然也就不能准确表达其内容实质,甚至“牛头不对马嘴”。我国孔圣人有言,“名不正则言不顺”。学科术语是理论的基石。一部词书的翻译,译名正确无疑是最基本的质量要求。我们为此列出了译名处理的三条基本原则以自勉:

- 1、准确表达术语的主要概念。
- 2、不出现歧义。
- 3、符合中文的表现法。

举例来说, American Depositary Receipt(ADR)一词,本身主题不明,没有说明存的是什么东西。如按字面顺序译为“美国证券托存收据”(其中已添加了“证券”两字),则会引起误解,以为存托的是美国的证券,而实际所指的是外国证券存入美国的金融机构托卖。这里牵涉到三个

方面:委托方、受托方、第三方。我们分别从这三个方面将这个术语译为“外国证券寄存托卖凭单”(简称为“外国证券存托单”,这是从受托方说的)、“证券存托美国凭证”(这是从委托方说的)、“外国证券存托美国凭证”(从第三方说)。当然这三个译名实质上是一样的,可以混用;但要统一为一个则很难,因为委托方只能说“证券存托美国凭证”,不能使用另外两个说法。看来有些术语可以统一,有些则可以不要统一,正如一个人既有正式姓名,又可以有字、号、别名、笔名等等一样。

在专业术语的翻译上也有是否符合中文表现法的问题。例如 Eurobonds、Eurocurrency、Eurobank 等词如分别译作:欧洲债券、欧洲货币、欧洲银行等,是会引起歧义的。这里的“欧洲”一词按照中文的规范表现法都应加上引号。因为所谓“欧洲”,并非实指欧洲:“欧洲”债券,实际是泛指“境外债券”,“欧洲”货币实际指“境外货币”,“欧洲”银行实际指存入“欧洲”货币的银行。当然,现在社会上对这些名词的使用不会在“欧洲”一词上加引号,不过读者应明白,那样的写法是不规范的,是会引起非专业的一般读者的误解的。

本书对专名的翻译一律附上原文,以便备读者辨析。不采取附译名表的做法,因为那样做查阅不便,形同虚设。译音的处理一般以辛华编的《英语姓名译名手册》为准。我们不赞成将专名随便缩略或随便近似翻译。那样做会把专名搞得十分混乱,不能确指;而专名的首要作用便是确指。

末了,还要交代一下与阅读本书有关的对于美国企业主管人员职称的译法,因为有些读者目前对这些职称体系还不大熟悉。以大企业为例,简单说,有董事长(chairman)、总裁(president)、首席执行官(chief executive officer 或 CEO)。有时是董事长兼首席执行官,有时是总裁兼首席执行官。再就是业务营运管理长,或称日常业务管理长,或较为方便的称呼:管理长(chief operation officer 即 COO,或 chief administrative officer,即 CAO)。如董事长兼首席执行官,则总裁往往兼管理长;如总裁兼首席执行官,则一位副总裁兼管理长。另有首席财务长(chief financial officer[CFO]),下面有财务长(treasurer)、主计长(controller)、总审计师(general auditor)、总经济师(chief economist)等。各种职称一般都设副职。公司总部下属单位有总经理(general manager)、副总经理、经理等。

全书词条按其主属学科区分为 8 类。其中会计约 223 条,财务与金融约 305 条,市场营销约 283 条,以上为陈季东、沙明芳译;经济学约 98 条,管理约 151 条,生产营运约 77 条,技术约 77 条,为祝友三译;战略约 45 条,为范道丰译。上面的词条统计数,包括缩略语单独成条的,故加计后超过原书所说的 1225 条。此外,工商经济大事年表由陈季东译,15 个领先行业的简史由祝友三、张映辉、李燕燕、张国庆翻译,工商界领袖人物群像以及“美国梦”追求者剪影共 59 篇由陈永健翻译。全书译稿由陈季东校正。译者的排名次序仅根据其翻译字数的多少而定。译者水平有限,译文不当或疏漏之处敬请读者指正。

最后,对海南出版社编辑部、出版部的同志以及出版社的特约编辑钟庆安先生对我们的帮助表示衷心的感谢。

(陈季东)

序 言

那时我每每沉思，让心神镇定下来。那是在 20 世纪 70 年代中期，我从事学术与业务咨询工作之初。我发觉我所进行的研究项目需要去访问美国许多大企业的首席执行长。

每次出去访问前，心中都不免焦虑不安。一个 28 岁的年轻人胆敢向一些产业界巨擘提问，我是何许人也？这就是我在每次访问他们之前养成一种沉思习惯的原因。

但是，有一次访问之后，情况却完全改变。那次我访问美国中西部一家著名公司的首席执行官。在第 65 层楼俯瞰着城市轮廓与河流的他的办公室，我专心致志地按照提纲开始访谈。在访谈进行中，我舒展地放松了自己一下，抬起头，只见这位首席执行官额角上正渗着汗珠。这突然提醒了我：他对我，一个向他进行访问的哈佛工商管理学院教授，同样心中没底，直犯怵。

我发现了！每个人都会有一种感到没把握的畏惧感。

从此我在访问一些首席执行官时不再感到局促不安，反而觉得我应尽量做到使别人感到轻松自在。可以说，这就是本书的目的所在。它要帮助工商界人士感到放心一些。当你对于赖以谋生或打算进入的领域了解不够时，这部《工商管理百科全书》将帮助你克服不安的畏惧感。

自从在美国中西部地区度过那关键的一天以后，20 年时间过去了。我看到工商界人士在董事会议上表现出来的种种不安。有的董事尴尬地承认他们并不真正懂得一项金融衍生业务合约是如何进行运作的。在计划会议上，很明显，有一半人不知道 SWOT 分析指什么，但是又怕问别人。当我办理一个企业主管人员培训班时，参加学习人员多来问我是否可以推荐一本解释工商企业经营管理名词与概念的参考书。

工商界人士为什么会有这种畏惧不安呢？原因是复杂的，或许值得写一本专著。其中一个原因是：工商界是英雄好汉的世界；在这里，人人都觉得自己应该什么都懂。大多数工商界人士耻于去问那些浅显的问题，不愿去冒显得无知，与身居高位不相称的风险。

美国工商界这种畏惧感的另一个原因是：没有一个地方可以得到有关企业经营管理基本问题的准确、全面又易于理解的答案。这部《工商管理百科全书》正好填补了这个空白。

本书的读者群十分广泛。我们认为下列几方面的读者将会从本书得到裨益。

一、有经验的经理与其他企业界人士

这一读者群将最直接地从本书得益。医生和律师在其专业阶梯不断上升时，他们也愈加专门化。但是，企业则与此完全不同。当你的职位升高时，你需要成为一个知识更加广博的通才。

一般企业的经营要依靠其具体职能的作用，如市场营销、财务管理、顾客服务，或者产品制造。你经过 10 年左右，对你的职能工作懂得越来越多。然后你可能提升到你的职能专长足以胜任的职位上。这时你的主要任务是如何将你的职能工作与别人的活动相结合，相协调，

以加强企业的总体竞争优势。

我估计约有三分之一的企业管理人员正在努力从专才转化为通才。任务的艰巨使人气馁，并充满着各种问题：如何去学习其他职能的工作？什么是战略？竞争优势指的是什么？在跨职能会议上听到的那些专门术语是什么意思？“捆绑销售（bundling）指什么？什么叫MRP？怎样才算“确当的注意”（due diligence）？对于这些人来说，这部《工商管理百科全书》可以立刻派上用场。

二、攻读工商管理硕士（MBA）学位的学生

对他们，本书将起到一种特殊的作用。我已当了10年的大学教师，知道他们的大多数教授已不会再花费较多时间去解释其研究领域中的一些基本术语，而是着重于解决问题以及进行深入研究。这样，这些学生常常会有困惑不解、失落在后之感。

这里对所有攻读MBA的学生提出一些建议：在开始攻读学位课程以前，花两个星期的时间把这部百科全书从头到尾阅读一遍。尽管不可能把内容全都记住，但是你已经大大地提高了对工商企业经营管理的熟悉程度。这样，当你们的教授在解释所论述领域的一些基本原理一带而过之时，你就能知道把此书翻到何处去查阅。

三、在工商企业界工作的大学文科毕业生

如果你是初次参加工作，你可能为自己缺乏企业经营管理知识而感到不知所措。你可能有受骗的感觉：为什么他们要告诉我去读文科而结果却是对有关和有用的一切所知无几呢？

这些年轻人中的大多数人都在投资银行、金融服务、咨询顾问、信息管理、法律专职助手或广告行业等领域很有发展前途的岗位上工作，而在这些领域工作需要具备工商企业名词术语方面当前直接有关的知识。他们雇主的培训计划常常太简短和草率，以致功效不显。雇主们的训练计划实际上是达尔文主义的：最好的雇员脱颖而出，其余的自然被淘汰。

对于这些年轻人，我提出的建议跟对MBA学生提出的一样：在开始工作前两星期把这部百科全书通读一遍，并且从工作第一天起就把此书放在办公室以备随时查阅。

四、其他需要了解企业界的人

这其中包括试图妥善处理医护计划和按人数均摊费用的医生，以及想要知道自己的老伴在准备投标时为什么那么紧张不安的夫妇。对于这些人来说，这部百科全书能起的作用跟一般百科全书一样，是寻找信息的最便捷用书。

对于所有这些读者群来说，这部《工商管理百科全书》的设计就是要尽可能做到很有用处。全书1200多个词条，每条开头有简明的定义；在多数情况下，接下来是该词条的实际内容的详尽说明和其实际应用情况。例如“盈亏分界点分析”（break-even analysis）词条定义之后，是计算盈亏分界点的公式，然后是举例说明如何应用这个公式的事例。

本书对许多词条还提供其他有用的信息。在“年度报告”（annual report）词条中，我们不仅知道什么是年度报告，以及证券与交易委员会规定的年度报告必须包含的内容，而且还知道其电子数据库的名称，通过这个数据库我们可用电脑和调制解调器了解所有公开上市

公司的年度报告。本书列举一些事例对词条进行说明。例如“捆绑销售”（bundling，成套销售）词条讨论了微软公司的微软网络（Microsoft Network）软件就作为销售 Windows 95 时的一部分。

在本书特设的“工商界领袖人物群像”专栏中，读者可以读到当代 25 位企业界领袖人物以及与他们相关的另 25 位前辈人物的简短传记。例如，你可以从中认识传媒大亨鲁珀特·默多克（Rupert Murdoch）与其前辈人物威廉·伦道夫·赫斯特（William Randolph Hearst）。

《工商管理百科全书》内容最新，并面向未来信息时代和服务经济。如你通读全书，你将全面了解那些领导世界潮流走向未来的公司的实践，以及围绕企业发展的一些争论问题。

工作经验少的读者可以从本书获得基本知识；工作经验丰富的读者可以从本书充分了解他们所面临的复杂问题。虽然我们不能保证这部《工商管理百科全书》是消除畏惧感的万应灵药，但我愿热诚地推荐它作为这方面最佳的入门工具书。

理查德·G·哈默梅什

致读者

[情景 1]

已经到了最后期限，公司股东年会召开的前夕。你刚写完董事长的大会发言稿，以为自己的任务已经完成，准备老板一要便可立即交差。谁知等来一声吩咐：“约翰，请你计算一下我们公司的债券收益率（bond yields），以增加我开幕式发言的深度。”你是公共关系经理，不是一个 MBA（工商管理硕士）！你可向谁请教？

[情景 2]

这是另一个工作周末。在下星期一上午，你将与可能投资的人会谈。你正匆忙地编你的第一个经营计划。你需要了解加速成本回收制度（accelerated cost recovery system）、加权平均成本（weighted-average cost）、资本性资产计价模型（capital asset pricing model）等术语的意义。你过去把全部时间都花在管理上，而没有花在会计上！你可向谁请教？

[情景 3]

你是履带拖拉机公司的一名暑期实习人员。你的上司要求你核实一些主要绩效指标（key performance indicators），公司要用这些指标去达到为顾客服务的目标。你知道主要绩效指标指的是什么，但你需要知道其他公司在这方面是怎样做的。你可向谁请教？

[情景 4]

你会见你的投资银行家，静静地坐着研读他们管理你公司金融资产的建议。你身为首席执行官，掌管着数千员工，并已为股东赚了几十亿美元。然而他们建议中用的一些词如期货合约（forward contracts）和可兑换信用债券（exchangeable debenture），你简直就不懂。你可向谁请教？

所有这些情景中的问题，其答案都可以在这部《工商管理百科全书》中找到。这部独特的参考书，是为满足工商经营管理者的需要编写的，它所提供的信息深度和广度，是其他单卷书中所不多见的。

美国每三个人中就可能有一人在下一个三年中调换工作，因此，重新培训，继续受教育和学会新的本领，是调换工作和保住工作的主要因素。这部参考书是在美国谋职的重要工具书——无论是对于新手，还是对专业人士，或企业家、经理。

《工商管理百科全书》以其历史案例、现实生活事例、传记、容易理解的定义，以及出色的图表和插图，帮助读者通过一个个令人焦急的时刻。不论你是初入工商界，是处于全盛时期，或是正重新开始，你不能再像对待第二外国语那样对待你的事业。企业经营管理的基本原理——从规划战略到投资技术——是今天在全球市场上进行竞争和取得成功的关键。

我们希望你能每天都能翻阅这部《工商管理百科全书》，以解决疑难，或者只是为了浏

览。请翻到本书的《阅读指南》，为你阅读全书作向导。谨以此书帮助你弥补知识的缺口，澄清概念，提高兴趣，推动事业前进。

洛雷因·斯珀吉

阅读指南

一、百科全书条目

1. 指引词

在词条正文页的书眉处，双页码排当面页的起首条目名称，单页码排最后一个条目名称。

2. 名词，词组

全书 1225 个词条，词条名称采取英汉对译形式，全部词条按英文字母顺序排列。

3. 参照条目

重要名词或词组，本书均单列条目加以解释。有的词条末尾，另行列出参见条目（英汉名称并列），是属于同一类别的词条。词条词出现于文中时，均附有英文，以方便读者查阅，但有少部分附有英文者并非词条词。

4. 图表与公式

图表把词条的释义形象化，或者加以扩展和系统化，以加深读者的理解。公式一般是以数学方式对释义作精确表述，书中一般用方框标出。

5. 词条的学科分类

共分 8 类：会计、经济（学）、财务·金融、管理、（市场）营销、生产（运作）、战略、技术。多数词条分属于多种学科。

6. “参考之窗”、“实况”、“消息”栏目

这几个栏目提供历史背景、传闻轶事、深刻见解、实用忠告、吸引人的新闻故事等，以扩展或加深对词条的理解。有的是小型案例研究，读者可从中了解某些问题或局面是如何处理、解决的。这些栏目收集了处理形形色色问题的新观念、新做法。例如如何投放新产品，如何分配时间、增加效率，如何使流动资产与固定资产的价值最大化等等。为读者面临类似问题时提供参考。

7. 事例与补充报道

从公司的年度报告与财务报表中选录，是公司实况与问题处理的速写。这些事例与补充报道可帮助读者理解抽象的释义。这两者都以“事例”栏目出现。

8. 照片与插图

所有图片都经仔细挑选，从人像照片到卡通画和抽象图案，应有尽有，相信读者在读到该名词或词组之后会有一个生动、具体的概念（中译本删去许多次要图片）。

9. “提示”与“迷津”栏目

词条中的“提示”（Tips）栏目，说明在企业经营中如何应用这个名词与概念。“迷津”（Traps，陷阱）栏目指出在实际应用这个名词、概念时可能进入的误区或遇到的陷阱。

这些宝贵的忠告是从现实生活中一点一滴收集到的，可帮助读者为自己的公司作出正确决策。

10. “语录”栏目

企业与政府机关过去与现在的著名人物发表过的与词条内容有关的话。

二、本书的四个专栏

1. 工商经济大事记

从公元前 3000 年到公元 1995 年。帮助读者了解工商经济历史发展的过程，并结合展示人类社会、政治、文化与科技的发展概况。

2. 领先行业简史

这是记述世界 15 个领先行业的发展与对社会经济的影响的编年简史。这些简史是编著者与 10 位著名经纪商行的分析家以及一位著名工商企业历史学家合作撰写的。有的行业简史附有简略年表，记录著名企业成立的年代。

3. 工商界领袖人物群像

这一专栏收集当代工商企业具有代表性的著名人物与历史上和他们相对应的从事此工作的著名人物的简史，共 50 位。对这些人物，不仅要学习，而且要赶超，要争取胜过他们。这些传记是产生新观念的基石，帮助你达到新的目标。其中有些资料也见于有关词条中。

4. “美国梦”追求者剪影

这一部分描述各种各样大公司的创建者，美国社会集体的代表人物，如何与他们的雇员以及公众一道，创造了独特的成就，丰富了全球市场。美国的发展来自许多源头；组成美国企业世界的男男女女来自不同的文化与种族背景。这个混合体创造、拓宽和加深了自由企业制度。

三、统计资料与计算表

共有 20 种表格资料，从经济统计资料到计算查考用的价值表都有。

四、词条的检索

可供检索词条之用的词条细目与索引共计三种。词条细目即全部英汉对照的条目，按英文字母顺序排列。其次是汉英对照条目索引，按中文笔画数目排列。其三是学科分类条目索引。